ズーム
ZOOM JAPON
www.zoomjapon.info
gratuit numéro 63 - septembre 2016

SUCCÈS
La montagne au sommet p. 24

VOYAGE
Le Japon en Suède p. 26

C'est l'heure du thé

Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

ÉDITO O-cha desu !



Elément incontournable du quotidien des Japonais, le thé (*cha*, en japonais) relève d'une longue tradition. S'il demeure une boisson très répandue dans le pays, sa consommation ne cesse de diminuer. Concurrencé par des breuvages venus d'autres continents et cultures, le thé est à la recherche d'un second souffle. Ses plus ardents défenseurs tentent de lui trouver de nouveaux débouchés ou de réinventer la façon de le consommer. C'est cette évolution que *Zoom Japon* vous propose de découvrir dans cette nouvelle livraison où vous pourrez aussi découvrir une manière de voyager au Japon à deux heures d'avion de la France. C'est à Stockholm que nous vous invitons à passer un week-end japonais.

LA RÉDACTION
courrier@zoomjapon.info

6e **A quatre ans des Jeux olympiques qui se tiendront dans la capitale japonaise, le Japon a réalisé une belle performance à Rio en décrochant la 6e place au tableau des médailles. C'est bien mieux qu'à Londres où il avait occupé le 11e rang et qu'à Pékin en 2008 où il avait terminé à la 8e place.**

Couverture : Sakurai Shin'ya prépare le thé dans son café Sakurai Baisen Kenkyûjo - Photo : Jérémie Souteyrat.

LE REGARD D'ERIC RECHSTEINER

Quartier de Mita, à Tôkyô



© Eric Rechsteiner

Pour les habitants de la capitale japonaise, l'été est une saison éprouvante. Les températures sont élevées et la chaleur étouffante. La démarche de certains indique à quel point cette saison n'est pas la plus agréable à vivre. Depuis quelques années, sous l'impulsion des autorités, les Japonais ont troqué leurs costumes pour des tenues plus légères tandis que dans certains endroits on a installé des brumisateurs géants pour rafraîchir l'atmosphère.

CULTURE Une séparation qui fait mal

Depuis 1988, les cinq membres de SMAP (Sports And Music Assemble People), l'un des groupes les plus célèbres de la pop nippone, ont vendu plus de 35 millions de disques et occupé l'espace médiatique comme rarement d'autres formations l'ont fait. Aussi l'annonce de leur séparation, le 14 août, a-t-elle eu l'effet d'une bombe. Les rumeurs allaient pourtant bon train depuis des mois. De quoi plonger le pays dans la morosité.

NUCLÉAIRE Redémarrage d'un nouveau réacteur

Arrêtée en avril 2011 pour une maintenance de routine, l'unité 3 de la centrale nucléaire d'Ikata située sur l'île de Shikoku n'a pas pu redémarrer normalement en raison de l'entrée en vigueur des nouvelles normes de sécurité décidées après l'accident de Fukushima. Le réacteur a été relancé mi-août au grand dam des opposants qui mettent en évidence la présence de failles sismiques à proximité.



Discover Japan

■ **14 sep. 2016 mer.** 13h - 20h
Démonstration de fabrication : Massanovaart

■ **24 sep. 2016 sam.** à 15h
Démonstration d'un artisan : technique du laque
< Exposition Akita > 17.09 - 30.09. 2016
(les dimanches inclus)

Maison Wa

■ **9 sep. 2016 ven.** 18h - 21h
SAGA x PARIS DESIGN WEEK
Special Cocktail by Saga préfecture

ESPACE DENSAN dans Maison Wa
■ Ouverture > **1 oct. 2016 sam.**
■ Vernissage > **18 oct. 2016 mar.** 19h - 21h *

* Réservation obligatoire à Maison Wa par mail ou téléphone.
rsvp@sasenis.com / tél : 01 40 26 66 70



Discover Japan
12 rue Ste-Anne 75001 Paris
Tél : 01 42 60 66 52

Maison Wa
8 bis rue Villedo 75001 Paris
Tél : 01 40 26 66 70
Ouvert du lundi au samedi de 12h à 20h
Métro : Pyramides



Beyond Japonism









COOL AKITA in Paris

vente et dégustation de produits d'AKITA

Akita, Pays de la beauté

du 22 au 24 septembre 2016 11h00 - 19h00

Vente et dégustation de produits d'Akita
(produits régionaux, saké)

Exposition d'artisanat local

Restauration légère sur place
(entre 12 :30 et 16 :30)

Entrée libre

JAPON

びあきじんた
AKITAVISION

Organisation Département d'Akita

ESPACE CINKO 12, Passage Choiseul - 75002 Paris Ⓜ 7 14 Pyramides 3 Quatre Septembre

Contact Euro Japan Crossing | info@ejcrossing.com | 01.42.63.59.90

SÉRIE Les pêcheurs de violets voient rouge

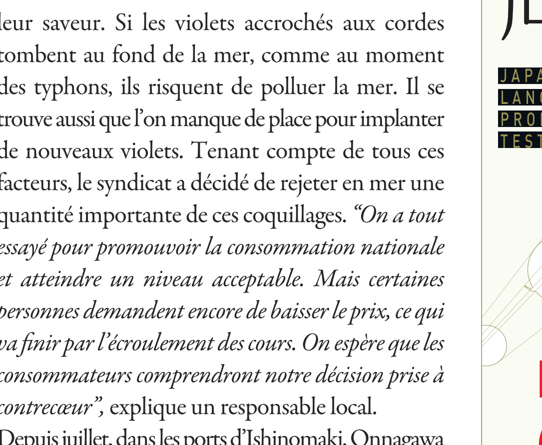
Malgré les efforts consentis pour relancer son activité, la filière ne parvient pas à retrouver le sourire.

Appelés au Japon “ananas de mer” en raison de leur apparence, les violets sont riches en minéraux. On les mange, de préférence, en sashimi et en accompagnement du saké. C’est une des spécialités de la région de Sanriku qui comprend Ishinomaki. Cet été, on a dû en rejeter une quantité importante. Cela est dû à l’embargo imposé, depuis 2013, par la Corée du Sud, gros importateur de violets. Au niveau national, la situation n’est guère plus favorable. Si cette crise persiste, il y a un risque de contamination de la mer lié aux rejets des violets morts. Le syndicat de la pêche de la préfecture de Miyagi a décidé de rejeter 14 000 tonnes de violets considérés comme déchets alors que leur culture, sérieusement touchée par le tsunami de mars 2011, venait de retrouver, grâce aux bénévoles, son niveau d’avant le séisme. Le violet est un produit de la mer spécifique à toute la région du Tôhoku. Avant le séisme, la production annuelle de violets s’élevait à 14 000 tonnes. La préfecture de Miyagi en produisait 8 000 tonnes, sur différents champs de culture entre Kesennuma et le littoral du nord de la péninsule d’Ojika. La région d’Ishinomaki représente la plus grande zone de culture de violets. Avant le printemps 2011, entre 70 et 80 % des violets étaient exportés vers la Corée de Sud.
Dans ce pays, ils se mangent crus, grillés, ou bien ils sont utilisés dans les recettes au kimchi ou de bibimbap. L’intérêt des Coréens pour la production japonaise remonte à une vingtaine d’années lorsque les violets coréens ont été touchés par une maladie, entraînant une baisse de 10 % de son rendement. Les importations du Japon ont débuté, notamment en provenance d’Ishinomaki. Longtemps resté stable dans la région, le cours du violet s’est mis à

Ishinomaki Hibi Shimbun

Depuis 2011, la culture du violet traverse une crise importante due en partie à l’embargo sud-coréen.

grimper pendant près de 10 ans, la demande étant plus forte que l'offre.
Le tsunami a causé d'importants dégâts sur les installations et les violets, comme les huîtres, ont été presque tous décimés. La culture a repris grâce à différentes aides financières du ministère de l'Agriculture et de la préfecture de Miyagi. Des bénévoles sont même venus pour aider les pêcheurs-cultivateurs locaux. La culture de violets commence par l'implantation de larves de violets, flottant en mer, sur les coquillages d'huîtres. Or, les installations ayant été détruites, les violets pondeurs ont également disparu. Les violets naturels n'étant pas suffisants pour assurer la relève, on a dû procéder à la culture artificielle des violets pondeurs. Il va sans dire que toute cette opération reposait sur les perspectives d'exportation vers la Corée, comme avant le séisme. Tandis que la production avait retrouvé en 2013 son niveau d'antan, la Corée du Sud a interdit l'importation des produits de la mer, notamment en provenance du Tôhoku. La raison invoquée porte sur la contamination de la mer par la centrale nucléaire de Fukushima Dai-ichi, alors qu'il n'y a jamais eu de cas avérés de contamination à cause de la centrale. *"Ce ne sont que des rumeurs. Cela nous attriste d'être revenus à la situation de 2011"*, lancent certains pêcheurs. D'autant que les tests effectués en décembre 2014 par les spécialistes japonais et coréens ont révélé l'absence de radiation ou de taux bien en deçà des normes strictes établies par la Corée du Sud. En 2015, le gouvernement japonais s'est adressé à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) pour que Séoul lève son embargo, mais l'affaire reste en suspens entre les deux pays.
Puisque l'embargo sud-coréen ne semble pas près d'être levé, le syndicat de pêche de la préfecture a décidé de se lancer dans la promotion de la consommation au niveau national en 2014 et 2015. Grâce à cela, la consommation est passée de 2 000 tonnes avant le séisme à 4 100 tonnes par an. Mais cela demeure insuffisant, la plupart des violets cultivés restant sous l'eau. Le meilleur moment de la récolte intervient 3 ou 4 années après l'implantation. Aussi les violets de plus de 4 ans commencent à perdre



leur saveur. Si les violets accrochés aux cordes tombent au fond de la mer, comme au moment des typhons, ils risquent de polluer la mer. Il se trouve aussi que l'on manque de place pour implanter de nouveaux violets. Tenant compte de tous ces facteurs, le syndicat a décidé de rejeter en mer une quantité importante de ces coquillages. *"On a tout essayé pour promouvoir la consommation nationale et atteindre un niveau acceptable. Mais certaines personnes demandent encore de baisser le prix, ce qui va finir par l'écroulement des cours. On espère que les consommateurs comprendront notre décision prise à contrecœur"*, explique un responsable local.
Depuis juillet, dans les ports d'Ishinomaki, Onnagawa et Minamisanriku, on évalue à 14 000 tonnes la quantité de violets à rejeter. Ils peuvent être retraités sous forme d'engrais, mais les formalités administratives freinent leur acheminement sur les lieux d'utilisation, ce qui complique leur conservation le temps de trouver des solutions. Les associations et les syndicats de pêcheurs locaux insistent sur le fait que toute la responsabilité de cette situation incombe à la centrale de Fukushima. Ils ont l'intention de demander le remboursement des frais de retraitement ainsi que des dédommagements à Tepco, l'opérateur du site nucléaire. Les pêcheurs concernés souhaitent faire savoir à la Corée du Sud qu'ils travaillent tous dans ce sens et lui demandent de lever au plus vite son embargo

AKIYAMA YÛHIRO, ABE TATSUHITO & HIRAI MICHIKO

石巻日日新聞

Nous avons entamé depuis plusieurs années la publication d'une série d'articles rédigés par l'équipe de l'*Ishinomaki Hibi Shimbun* dans le but d'informer les lecteurs sur la situation dans l'une des villes les plus sinistrées par le séisme du 11 mars 2011. Malgré ses difficultés, ce quotidien local continue à enquêter et à apporter chaque jour son lot d'informations. Si vous voulez le soutenir dans sa tâche, vous pouvez vous abonner à sa version électronique pour 1 000 yens (moins de 7 euros) par mois : https://newsmediastand.com/nms/N0120.do?command=enter&mediaId=2301



Elodie Hervé pour Zoom Japon

Le thé d'Uji est l'un des plus réputés du Japon. La région où il est produit bénéficie de conditions climatiques parfaites.

Dans l'ombre des théiers…

Les Japonais ont appris à déguster le thé. Un apprentissage progressif qui est devenu un véritable art.

C*omment rendre heureux ses hôtes avec une gorgée de thé ? Il s'était acharné toute sa vie à réfléchir à comment donner agréablement à en boire".* Cet extrait du roman *Le Secret du maître de thé* signé YAMAMOTO Kenichi (Mercure de France, 2012) traduit bien la charge émotionnelle qui entoure cette boisson autour de laquelle les Japonais ont construit tout un art : la cérémonie du thé *(cha no yu)* que l'on doit à Sen no Rikyû. La dimension spirituelle quasi religieuse de la préparation et de la dégustation du thé au Japon ne doit pas nous faire oublier que la consommation de cette boisson est récente. Si les historiens commencent à s'accorder pour dire que le thé aurait été introduit au Japon à l'époque de Nara (710-794), la plupart des ouvrages sur la question donnent l'année 805 et affirment que le moine Saichô de retour d'un séjour en Chine aurait ramené un plant de thé qu'il aurait planté dans le jardin de thé de Hiyoshi (Hiyoshi chaen) à Ôtsu, préfecture de Shiga. Dix ans plus tard, après avoir goûté dans un temple bouddhiste le breuvage qui en était tiré l'empereur Saga (786-842) ordonna que cet arbuste soit cultivé dans la région aux alentours de Kyôto et dans la capitale même où il résidait. C'est la raison pour laquelle les plantations de thé dans cette partie du Japon restent encore aujourd'hui comme les plus fameuses du pays. Parmi les endroits qui furent choisis figure la ville de Kôka, préfecture de Shiga, où l'on trouve quelques-uns des meilleurs producteurs. Yamamotoen (275-1 Kami Asamiya, Shigarakichô, Kôka, www.yamamotoen.co.jp) en fait partie et une promenade au milieu de ses champs de théiers nous font remonter le temps.

Toutefois, ce premier contact avec le thé n'a pas tout de suite convaincu les Japonais car à l'époque, la façon de le préparer dégageait une odeur peu engageante. Ce n'est que trois siècles plus tard qu'une nouvelle méthode importée, elle aussi, de Chine par Eisai, un autre moine bouddhiste, fondateur du courant zen, va bouleverser la consommation du thé. La cuisson à la vapeur des feuilles puis leur séchage avant d'être réduites en poudre vont donner naissance au *matcha* qui demeure le must du thé vert. A la même époque, le même Eisai publie le *Kissa yôjôki* [Petit traité de santé par le thé] après avoir soigné le shogun grâce à cette boisson. Les vertus du thé ne sont plus à vanter aujourd'hui puisqu'il doit en grande partie sa popularité dans nos pays à ses propriétés et ses principes actifs. Derrière le thé vert, nom générique bien pratique, se cache de nombreuses variétés de plants (Yutaka midori, Okumidori, Asatsuyu, Kanaya midori, Benifûki, Yabukita, Sae midori, Sayama kaori, Ôiwase, Gokô) qui donnent chacun des thés avec des nuances subtiles selon le mode de fabrication. Au Japon, le thé vert est non fermenté, c'est-à-dire qu'on chauffe les feuilles de thé (griller à la fournaise ou passer à la vapeur) pour enrayer le processus de fermentation. Cela permet de donner son caractère à chaque variété et ainsi de procurer ces instants d'intense plaisir à la personne qui en avale une gorgée. Car il se dégage de cet instant plus que la satisfaction d'avoir étanché sa soif.

ODAIRA NAMIHEI

PRODUCTION Pari gagnant pour M. Harima

En choisissant de se lancer dans l'agriculture bio, le producteur d'Ujitawara a bouleversé la donne.

Sous le soleil flamboyant du mois d'août, le vert profond des arbres à thé contraste avec celui plus clair des épis de riz qui ondulent doucement au gré du vent. Dans le village d'Ujitawara, situé au sud de Kyôto et à proximité de la ville d'Uji, les champs de thé alternent avec les rizières en terrasse. En forme de vague, ces champs recouvrent les versants ensoleillés des collines qui s'étendent à perte de vue.

HARIMA Yoshiyuki est producteur de thé vert. Il raconte sans relâche devant ses champs des anecdotes qu'il a eues avec des délégations étrangères. Figure de proue de la culture de thé vert bio dans la région, il a déjà accueilli, dans son usine perchée sur une colline à proximité, des observateurs d'une trentaine de pays. Il effectue souvent des voyages à l'étranger pour assister à des conférences sur l'agriculture bio. Cette année, il était invité à Terra Madre Salone del Gusto, grand événement consacré au slowfood de renommée internationale qui doit se tenir en septembre à Turin, en Italie. *"Malheureusement la santé de ma mère ne me permettra pas d'y participer"*, soupire cet homme de 68 ans à l'allure d'un professeur d'université.

Fondée en 1858, son entreprise Harimaen produit toujours du thé sous le label prestigieux d'Uji-cha (thé d'Uji). Importée de Chine vers le IXe siècle, la consommation de cette boisson s'est enracinée à compter du XIIIe siècle dans cette région proche de l'ancienne capitale impériale du Japon.

Les conditions climatiques propres à cette région – sols bien drainés, pluie abondante et différence de température entre la journée et la nuit – font de ce coin montagnard un endroit idéal pour la culture du thé. Protégé par les aristocrates de Kyôto, la préparation et la dégustation de cette poudre vert clair deviendra un art, élément essentiel de la culture japonaise. Ainsi, le thé est bien davantage qu'une simple boisson aromatique. Dans les ruelles de la ville d'Uji, on trouve des glaces, toutes sortes de gâteaux et même des produits de beauté à la base de *matcha* (thé vert moulu).

Si l'initiative de HARIMA Yoshiyuki suscite un tel engouement, c'est lié à un autre motif que l'histoire et la réputation de l'Uji-cha. Les exportations de thé vert suivent une courbe ascendante depuis quelques années. Elles ont augmenté de 260 % au cours de la dernière décennie alors que la consommation domestique est, quant à elle,



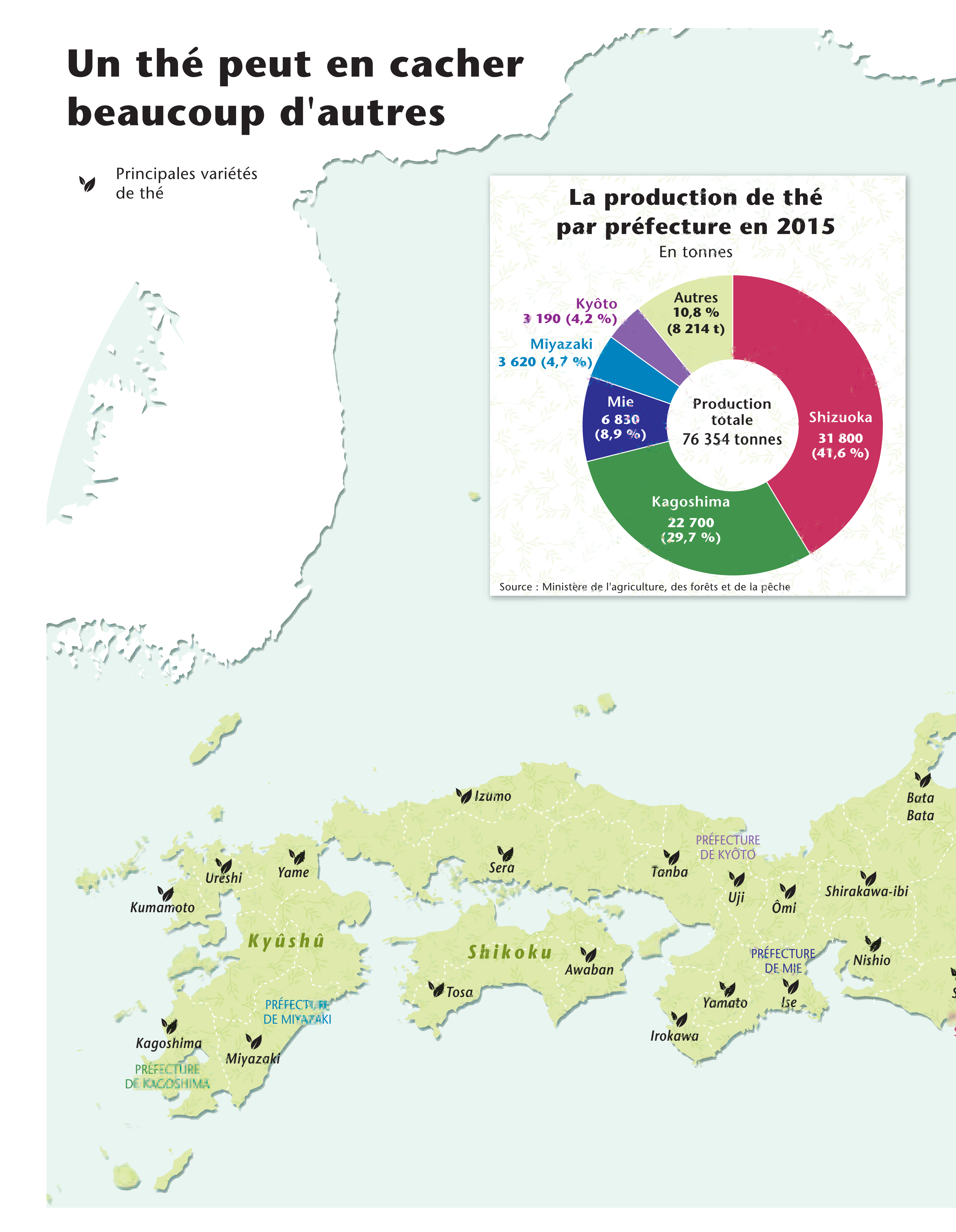
Elodie Hervé pour Zoom Japon

HARIMA Yoshiyuki est fier de ses plantations de thé vert entièrement bio.

en chute libre. Les ventes à l'étranger constituent donc une véritable bouffée d'oxygène pour les producteurs. Plusieurs campagnes de promotion, à l'initiative d'intérêts privés ou de collectivités publiques, ont ainsi été lancées. Hors de question pour eux et le gouvernement japonais de laisser échapper cette manne inattendue. Or, pour en bénéficier, il faut être en mesure de remplir certaines conditions.

"Le plus grand obstacle, c'est la norme sur les pesticides", avoue KIWAYAMA Eiichi de l'association des entreprises productrices de thé vert de Kyôto. Contrairement à l'image saine de la cuisine japonaise à l'étranger, les niveaux autorisés de concentration de résidus de pesticides (LMR ou limites maximales de résidus) dans les produits agricoles sont plus élevés, voire beaucoup plus élevés dans l'archipel que dans bon nombre d'autres pays. Et le thé vert n'est pas une exception. Par exemple, la norme japonaise pour le thé concer- ▶

Un thé peut en cacher beaucoup d'autres





Cartographie : Aurélie Boissière, www.boiteacartes.fr


Elodie Hervé pour Zoom Japon

Un quart de la production de thé est exporté, notamment en Europe où il a obtenu un label.

nant l'insecticide acetamiprid, une substance de la fameuse famille néonicotinoïde, est 600 fois plus élevée que celle en vigueur en Europe. En 2014, l'organisation environnementale Act beyond trust a détecté une dose d'acétamipride dépassant la norme européenne dans du thé vert produit dans la région de Kyôto. Aussi les producteurs ont-ils pris conscience du problème et de ses conséquences à l'exportation. Pour y faire face, *"certains d'entre eux possèdent des parcelles différentes qui sont traitées selon les normes étrangères"*, explique KIWAYAMA Eiichi.

Voilà pourquoi l'idée de produire un thé vert bio, qui plus est dans la région d'Uji, s'est traduite par un véritable succès. Pourtant, HARIMA Yoshiyuki ne s'attendait pas à provoquer une telle réaction.

Son histoire remonte à plus de 30 ans. Il avait alors 24 ans. *"C'était juste après le passage d'un typhon, il faisait très beau et chaud"*, se rappelle-t-il. Lui, qui aimait et aime toujours le sake, venait de prendre un coup avec ses copains avant de sortir pour aller pulvériser des pesticides. Soudain, il a été pris de vertige et a perdu connaissance. A l'hôpital, le médecin lui a expliqué que ce malaise était dû à un problème du foie. *"Si tu veux vivre longtemps, il faut que tu arrêtes soit l'alcool soit les pesticides"*, lui a lancé le docteur. C'est ainsi que HARIMA Yoshiyuki a choisi de se lancer dans la culture bio. *"Une façon d'assurer une meilleure santé à mes employés, et clients qui achètent mes produits"*, assure-t-il.

Le choix n'a pas été facile. Le climat étant très humide, il favorise le développement des insectes et des mauvaises herbes. *"De nombreuses personnes ne comprenaient pas mon idée"*, se souvient-il. A l'époque, produire du thé bio était juste impensable, au point qu'un de ses voisins lui aussi producteur lui a demandé d'arrêter car *"cela attire des insectes ravageurs."*

Aidé par un ami qui cultivait déjà du thé vert sans pesticides ni engrais chimique, il s'est tout de même lancé dans l'aventure bio, en louant une partie des champs appartenant à son père. Au cours des deux premières années, les récoltes ont été *"catastrophiques"*. C'est seulement la troisième année qu'il a enregistré une embellie. Sans pesticides, les fameux "insectes ravageurs" sont revenus, mais aussi leurs prédateurs. C'est ainsi que les coccinelles, les mantes religieuses et autres araignées ont aussi fait leur retour dans ses champs. Le rétablissement de ce biocontrôle a considérablement amélioré le rendement. *"Dès la troisième année, nous avons eu une bien meilleure récolte que la précédente"*, se rappelle-t-il. Il s'est aussi rendu compte que la culture bio lui revenait finalement moins cher, car elle lui permettait d'économiser les frais sur les pesticides et les herbicides. Ce n'est pas seulement les insectes qui sont revenus. *"Cinq ou six ans après nous être lancés dans la culture bio, les rivières ont retrouvé leurs poissons , alors qu'on les avait crus disparus"*, ajoute-t-il le sourire aux lèvres HARIMA Yoshiyuki.

En 2009, il a obtenu le label d'agriculture biologique de l'Union européenne (UE) sur le conseil d'un ami italien qui voulait vendre son thé en Italie. Comme *"la réglementation japonaise pour obtenir le label n'était pas aussi rigoureuse que l'européen à l'époque"*, il a accepté volontiers cette proposition. Il est ainsi devenu le premier agriculteur bio japonais à être reconnu par l'UE. Cela lui a valu de recevoir de très nombreuses visites d'observateurs. *"On a beaucoup d'étrangers, mais aussi des producteurs japonais curieux de notre savoir-faire"*, assure-t-il le sourire aux lèvres.

Il n'est pas difficile de comprendre la curiosité de ces producteurs. Car c'est avec ce label, affiché fièrement sur son site Internet, que HARIMA Yoshiyuki s'est attaqué au marché étranger, surtout européen. Un quart des 20 tonnes de thé qu'il produit est exporté à l'étranger. La culture bio apparaît comme une solution pour sortir de l'impasse liée à la chute de la consommation intérieure, aux normes sur les pesticides et au vieillissement des producteurs, une situation face à laquelle se retrouvent de nombreux agriculteurs locaux.

Elodie Hervé pour Zoom Japon

En dehors des boissons à base de thé vert, les producteurs misent aussi sur les produits dérivés comme les glaces au matcha.

En effet, l'initiative de HARIMA Yoshiyuki ne pouvait pas mieux tomber. Après avoir conquis le marché américain, principal importateur de thé vert japonais, la boisson a commencé à séduire le vieux continent. Apprécié pour ses effets positifs sur la santé - anti-âge, anti-stress - le thé vert nippon rencontre un franc succès notamment en France. De plus en plus de cafés parisiens servent des boissons à base de thé vert. A tel point qu'un premier bar à *matcha* a ouvert ses portes au printemps dans la capitale française (voir ci-contre). Avec un développement aussi prometteur de la consommation même si certains produits dérivés comme les gâteaux au thé demeurent encore très peu connus, tout semble indiqué que le pari de HARIMA Yoshiyuki va se concrétiser encore davantage. *"Je n'aurais jamais imaginé qu'un jour mon thé serait exporté en Europe"*, dit-il pourtant encore.
Ses récents succès commerciaux lui ont permis d'acheter de nouveaux terrains, laissés à l'abandon par d'autres producteurs en raison du vieillissement et de l'absence de successeur. Avec désormais 600 hectares de plantations, soit le triple de ce que son entreprise possédait avant de se lancer dans la culture bio, celui qui a dû convaincre son père pour tenter cette aventure semble plus confiant que jamais dans son choix fait il y a 30 ans.

YAGISHITA YÛTA

DES PRODUCTEURS AUX CONSOMMATEURS

Célèbre pour être une des plus fameuses maisons de thé du Japon, **Lupicia** s'est implanté, il y a tout juste trois ans, à Paris. C'est à Saint-Germain-des-Prés (40 rue Bonaparte, 75006 Paris, du lundi au jeudi 10h-19h - vendredi et samedi 10h-19h30) qu'elle a choisi d'ouvrir sa première boutique en Europe. Les amateurs de thé y trouveront ce qui se fait de mieux en la matière dans un décor moderne qui invite les clients à se laisser aller à la découverte de sensations inédites. Non loin de là, **Jugetsudô** (95 rue de Seine, 75006 Paris, du lundi au samedi 11h-19h) dans un espace pensé par l'architecte KUMA Kengo offre un moment d'intense émotion pour tous ceux qui souhaitent faire l'expérience d'une plongée dans la tradition japonaise du thé. Le petit dernier, le **Matcha Café** (22 rue Béranger, 75003 Paris, du mardi au samedi 8h30-18h30) offre une sélection incroyable de boissons à base de thé vert en poudre et de plats qui raviront les plus gourmands. **O. N.**



Le Matcha Café ne manque pas de charme.



Chez Lupicia, aucune faute de goût.

DISTRIBUTION Une affaire de bon goût

Stéphane Danton s'est lancé, il y a 11 ans, dans la vente de thé. Une véritable aventure.

Les lecteurs de longue date de *Zoom Japon* connaissent déjà Stéphane Danton, ce "marchand de thé japonais", que nous avions rencontré pour l'un de nos premiers numéros. Cinq années se sont écoulées depuis cette première entrevue et la boutique de Stéphane Danton, Ocharaka, existe toujours, mais elle a récemment quitté la périphérie de Tôkyô pour le quartier de Nihonbashi, au cœur de la capitale. Lorsque nous arrivons dans le magasin situé au sous-sol du nouveau centre commercial Coredo, le patron toujours très occupé n'est pas encore arrivé, mais nous faisons connaissance avec le directeur adjoint d'Ocharaka, Benoît Kara, chargé d'expliquer les subtilités de la fabrication du thé et d'introduire les nombreuses variétés de thé en vente à une clientèle variée. Ocharaka a bâti sa réputation sur ses créations originales aromatisées. Nous avons donc demandé à M. Kara de nous donner un cours intensif sur le thé japonais.

"Notre stock de mélanges originaux se divise en trois groupes : le thé vert, le thé torréfié et le thé noir", explique-t-il. *"Ils sont tous originaires du Japon, y compris le thé noir qui est assez rare, car la plupart des agriculteurs locaux produisent surtout du thé vert. Chaque type de thé est combiné avec des saveurs différentes. Le thé vert, par exemple, va très bien avec des saveurs fruitées, de l'orange et du citron, en passant par la pêche, la poire ou la fraise. En ce moment, la mandarine a la cote. Bien sûr, la base de thé vert varie aussi. Nous utilisons beaucoup de thé originaire des montagnes de Shirakawa, dans la préfecture de Gifu, et une autre variété qui vient de Kyûshû, dans le sud du Japon."* La différence entre les deux semble très subtile, mais elle revêt une grande importance lorsqu'il s'agit de les mélanger avec une certaine saveur. Le melon, par exemple, se marie très bien avec le thé vert du sud en raison de sa douceur, tandis que le thé de Shirakawa complète parfaitement l'amertume de la mandarine. *"Comme on dit au Japon, ce thé est* ronyaku nannyo, *c'est-à-dire qu'il convient aux hommes et aux femmes de tous âges"*, assure Benoît Kara.

Lorsqu'on passe au *hôjicha* ou thé torréfié, nous rencontrons une gamme très différente de saveurs sucrées comme le caramel, la patate douce, la citrouille ou le choco-banane qui s'accommodent bien de l'arôme plus fort du *hôjicha*. Dans ce cas également, la base de thé varie selon la combinaison que vous voulez faire. La principale différence réside dans le temps que l'on laisse griller les feuilles de thé d'*asa-iri* (torréfaction courte) à *fuka-iri*, (torréfaction longue). Un point positif pour le *hôjicha* est sa faible teneur en caféine parce que ses feuilles ont été grillées. Ainsi les gens qui ne peuvent pas boire de café peuvent prendre à la place une tasse de *hôjicha* aromatisé au moka et ainsi profiter d'une boisson saine avec une bonne odeur de café.

Last but not least, il existe aussi un petit ensemble de thés noirs japonais. En général, ils sont plus doux que les thés comparables venus d'Inde ou du Sri Lanka. Parmi eux, Ocharaka propose le toujours très populaire Earl Grey, celui à la pêche blanche, et un thé épicé qui rappelle le pain d'épice. Ils en ont également un au litchi qui avec celui à la mangue et aux fruits de la passion est particulièrement apprécié par les clients originaires d'Asie du Sud-Est.

A la droite des thés aromatisés, nous trouvons le thé vert nature. Sur chaque boîte, on peut effec-



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Stéphane Danton a déménagé sa boutique pour l'installer au cœur de la capitale, à Nihonbashi.



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Pour amener ses clients, notamment étrangers, à apprécier le thé vert, Ocharaka leur propose de découvrir des mélanges aromatisés qui rencontrent le succès.

tivement trouver toutes les informations indispensables allant de la zone de production au degré de *shibumi* (astringence) et d'*umami* (amertume et douceur). Le thé préféré de Benoît Kara est celui de Shirakawa qu'il ne se lasse pas de recommander à ses clients. *"Non seulement il est excellent, mais il est fabriqué par les quelques rares producteurs qui cherchent à attirer une clientèle étrangère"*, explique-t-il. *"La plupart des producteurs de thé locaux ne se soucient que du marché japonais, mais ceux de Shirakawa cherchent à faire passer leur message, allant même jusqu'à traduire des explications détaillées sur les propriétés de leur thé dans d'autres langues."*

Stéphane Danton arrive enfin. Une véritable pile humaine qui ne peut jamais rester en place, il tourne autour de la boutique pour vérifier que tout va bien. Il a une réunion sur Skype dans quinze minutes, mais nous accorde gentiment quelques instants. *"Je me fournis auprès de sept petits agriculteurs répartis dans tout le pays"*, raconte-t-il. *"Le thé du nord, par exemple celui qui vient de Saitama ou de Gifu, est plus amer que celui du sud, principalement de la préfecture de Kagoshima, bien plus doux. Je ne m'adresse pas aux grands producteurs, comme ceux de Shizuoka, parce qu'ils ont des méthodes très strictes et je tiens à faire les choses à ma façon. Je préfère explorer le marché et découvrir de nouvelles possibilités. C'est exactement la même approche que j'avais dans le passé avec le vin, quand je travaillais en tant que sommelier. Je veux en savoir le plus possible sur le thé que je vends : Qui sont les agriculteurs ? Quelle est l'histoire derrière chaque thé ? Mes connaissances sur le thé ne proviennent pas de livres, mais de mon contact direct avec les producteurs".*

Être vendeur de thé - en particulier si l'on est étranger au Japon - n'est pas chose aisée, en raison de la nature du marché et de la fermeture qui l'entoure. Mais l'histoire d'amour que Stéphane Danton entretient avec le thé n'a jamais rien eu à voir avec l'argent. *"J'aurais pu avoir une vie beaucoup plus facile si j'avais continué dans le vin"*, assure-t-il. *"Si j'avais ouvert un bar à vin ici, je roulerais sur l'or. Mais j'ai senti une forte attirance pour le thé, et j'ai donc suivi mon instinct."*

Après avoir ouvert son magasin, il y a 11 ans, à Kichijôji, il a accepté la proposition de le délocaliser dans le centre de Tôkyô en 2014. *"Le début de l'aventure a été très difficile en 2005, car personne n'avait foi en moi"*, se souvient Stéphane Danton. *"Beaucoup attendaient que je me casse la figure, mais comme vous le voyez, je suis toujours là. Ils trouvaient bizarre que je mélange le thé vert avec des saveurs différentes. Ils ne comprenaient pas que des clients étrangers sans expérience du thé vert aient du mal à l'apprécier la première fois. Le thé aromatisé, au contraire, est un bon moyen d'attirer de nouveaux amateurs. Ils commencent par mes mélanges originaux avant de passer au thé vert pur de haute qualité."*

Benoît Kara explique qu'il, a suivi ce processus. Quand il a rencontré Stéphane Danton en tant que client, il ne jurait que par le thé aromatisé (le choco-menthe étant son préféré), mais il a ensuite évolué vers le thé vert. *"Maintenant, je ne bois du thé aromatisé que pour le fun"*, dit-il. *"Pour moi maintenant, seul le thé vert régulier a de la valeur. Beaucoup de gens ne peuvent pas commencer la journée sans une tasse de café le matin. Pour moi, c'est le thé vert."*

La prochaine étape de Stéphane Danton est d'étendre ses activités à l'étranger. En octobre dernier, il a ouvert une succursale à Singapour. *"Là-bas, ils sont toujours à la recherche de nouveauté alors qu'au Japon, après 11 ans, même si tout le monde me connaît, j'ai encore des problèmes avec l'industrie locale. C'est un monde fermé. Mais je ne travaille pas pour lui. Je travaille pour mes clients et aussi longtemps qu'ils sont satisfaits, tout va bien."*

Jean Derome

INFOS PRATIQUES

Ocharaka Coredo Muromachi, 2-2-1 Nihonbashi Muromachi, Chûô-ku, Tôkyô 103-022 - tél. 03-6262-1505 - www.ocharaka.co.jp
Sortie A6 à la station Mitsukoshimae sur la ligne de métro Ginza.

EXPÉRIENCE **Faire du neuf avec de l'ancien**

Amoureux du thé vert, SAKURAI Shin'ya invite ses clients à redécouvrir la profondeur culturelle de cette boisson.

Il n'est pas évident d'être un élément culturel traditionnel au Japon de nos jours. Prenez le sumo, par exemple. Même si on le présente encore comme le sport national, il y a longtemps qu'il a été supplanté dans le cœur du public par le baseball et le football. On peut dire la même chose du thé vert. Pour beaucoup d'Occidentaux, il reste la boisson nationale (sans alcool) en tant que complément indispensable de la cuisine japonaise mais, comme le sumo, il a été remplacé par des produits venus de l'étranger : le thé anglais et le café. On trouve des cafés et des salons de thé à chaque coin de rue. En revanche, découvrir un lieu spécialisé dans le thé japonais relève de la gageure. Heureusement pour les amateurs de *ryokucha*, le maître de thé SAKURAI Shin'ya a récemment transféré sa boutique Souen dans le centre de Tôkyô, à Minami Aoyama, le quartier tendance de la capitale et *Zoom Japon* est allé à la découverte de ce nouvel emplacement.

Après avoir été barman, SAKURAI Shin'ya est tombé sous le charme du thé en devenant responsable du magasin de thé Higashiya (voir p. 16) et du restaurant Yakumo Saryo, tous deux créés par le designer OGATA Shin'ichirô. *"En plus d'apprendre la cuisine et la pâtisserie japonaises, j'ai appris à connaître de nombreuses sortes de thé"*, explique-t-il. *"J'ai été étonné par la profondeur et la variété des saveurs et j'ai commencé à apprécier le travail acharné et patient qu'exige cette tradition. Il m'a fallu 12 ans pour maîtriser l'art de préparer du thé."*

En 2014, il a décidé de se lancer en solo et a ouvert Souen à Nishi Azabu, avant de déménager à Minami Aoyama en juillet. Au cours de ces années, SAKURAI Shin'ya a développé ce que l'on peut considérer comme une cérémonie du thé des temps modernes. Son modèle d'inspiration est Baisao, un moine bouddhiste de la période Edo qui est devenu célèbre pour avoir popularisé le thé vert et avoir démocratisé la cérémonie du thé qui restait le privilège de l'aristocratie. Au cours de ce processus, il a remplacé le *matcha* (thé vert en poudre) par le *sencha* (feuilles de thé entières).

Suivant les principes révolutionnaires de Baisao, SAKURAI Shin'ya n'opère pas sur des tatamis. Il travaille derrière un comptoir et prépare le thé en mêlant gestes traditionnels et mouvements de barman. Il vérifie d'abord la température de l'eau avant de la verser d'une tasse à l'autre pour la refroidir. En procédant ainsi, il obtient la température idéale pour préparer notre thé : le *gyokuro*. "Perle de rosée" si on traduit son nom en français est un des thés verts japonais les plus hauts de gamme. A la différence d'un *sencha* ordinaire, le *gyokuro*. "Perle de rosée" est un thé de pénombre, ce qui lui donne une saveur raffinée unique. Il est moins amer que le thé cultivé en pleine lumière et possède un degré élevé d'*umami*. SAKURAI Shin'ya réalise trois infusions différentes, chacune un peu moins infusée que la précédente. Il sert la troisième comme un cocktail glacé (son expérience de barman revient au galop) avec une infusion de shiso et de lime. Chez Souen, on peut aussi essayer des boissons plus fortes telles que le thé infusé au rhum et à la vodka, une spécialité de SAKURAI Shin'ya.

"A Souen, j'innove en m'appuyant sur la tradition



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

SAKURAI Shin'ya utilise son expérience de barman pour explorer de nouvelles voies dans la préparation du thé.

japonaise du thé et je sensibilise un maximum de personnes à cette boisson", assure-t-il. "L'autre nom de Souen est Sakurai Baisen Kenkyûjo qui signifie littéralement "le laboratoire de thé grillé de Sakurai". La traduction anglaise qu'il a choisie est plus raffinée : Sakurai Japanese Tea Experience. *"Nous nous sommes spécialisés dans le* hôjicha *(thé grillé), mais avec une valeur ajoutée. Nous torréfions nous-mêmes le thé, un peu comme le café, puis nous ajoutons des herbes et des fruits japonais comme le* yuzu, *le* sansho *(poivre japonais) et le* shiso *afin d'y adjoindre une note distincte des quatre saisons du Japon",* explique-t-il.

Le *hôjicha* est une boisson simple, sans prétention, mais c'est un thé très adaptable. SAKURAI Shin'ya sait parfaitement exploiter ses caractéristiques grâce à une torréfaction variable et différentes quantités de feuilles et de tiges. L'un des résultats les plus intéressants est le *hôjicha tencha kuki* (*hôjicha* fait avec des tiges de *tencha*). Les feuilles de *tencha* qu'on utilise en général pour faire du *matcha* sont torréfiées avant d'être soigneusement brassées à une température relativement faible, ce qui produit un thé d'une douceur unique.

Lorsqu'on lui demande pourquoi il a choisi de consacrer sa vie au thé japonais, SAKURAI Shin'ya explique que la préparation du thé est un élément important de la culture japonaise et il veut en faire profiter les autres. *"Boire du thé est quelque chose que les Japonais considèrent comme un acquis parce qu'il s'agit pour eux d'une expérience quotidienne. Nous grandissons en regardant notre mère le préparer, mais nous n'en comprenons pas vraiment les nuances culturelles. Ce n'est que lorsque vous commencez à vous y plonger que vous découvrez son histoire et les différentes façons de le préparer. Par exemple, selon la température de l'eau et les différentes façons de la verser dans la théière, vous obtenez des goûts très différents. Aujourd'hui, vous pouvez trouver le thé sous différentes formes, y compris dans des bouteilles en plastique vendues dans les supermarchés et les magasins de proximité, mais la méthode de base pour le préparer n'a pas changé. Mon premier objectif est d'éduquer les gens sur ce qui fait vraiment un bon thé. Ensuite, s'ils sont intéressés, je tiens à leur montrer les ustensiles qu'ils peuvent utiliser pour faire un bon thé, et comment choisir leurs marques préférées",* ajoute-t-il.

Voici donc ses conseils pour profiter au mieux de sa tasse de thé :

- Lorsque vous achetez du thé, dans l'idéal, vous devez l'utiliser dans les deux semaines après ouverture du paquet, un mois tout au plus. Les feuilles de thé sont très sensibles à la lumière et à la chaleur, de sorte que vous devez les mettre dans une boîte hermétique et les conserver dans un endroit frais et sombre. Les feuilles de thé absorbent d'autres arômes aussi. Evitez de les conserver à côté de produits qui dégagent une forte odeur.



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

C'est dans le quartier branché de Minami Aoyama qu'il s'est installé en juillet.



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Son ambition est d'amener ses clients à retrouver le vrai sens de la dégustation du thé.

- Il existe de nombreux types de thé et leurs différences se renforcent en fonction de leur zone de production. Cela dit, il n'y a pas de règles pour le choix d'une variété par rapport à une autre. Cela dépend principalement de votre goût personnel. Lorsque vous êtes dans le doute, expliquez au vendeur quels sont vos préférences et votre budget pour qu'il vous aide à choisir ce qui convient le mieux. Si, par exemple, vous souhaitez marier votre thé avec de la nourriture, de manière générale, le thé vert accompagne très bien les hors-d'œuvre tandis que le *bancha* (une variété ordinaire de thé) s'accommode mieux avec un plat principal de viande ou à base de poisson.

- Un même thé aura un goût différent selon la façon dont vous le préparez, en particulier au niveau de la température de l'eau. Une eau très chaude (environ 90 degrés) fait ressortir davantage l'amertume de votre thé. C'est idéal si vous avez besoin de quelque chose de fort le matin. Donc, si vous souhaitez, un goût moins prononcé, il convient de garder la température de l'eau autour de 70 à 80 degrés.

J. D.

INFOS PRATIQUES

Sakurai Baisen Kenkyûjo 5F Spiral Bldg. 5-6-23 Minami Aoyama, Minato-ku, Tôkyô 107-0062 - tél. 03-6451-1539 - www.sakurai-tea.jp - Du lundi au vendredi, de 11h à 23h. Sortie B1 à la station d'Omotesandô.

ATMOSPHÈRE **Une bonne dose de douceur**

Pour accompagner un bon thé, rien ne vaut une pâtisserie japonaise. Higashiya est l'endroit à ne pas manquer.

Dès que l'on parle de thé japonais, le terme *wagashi* (pâtisseries japonaises) n'est jamais très loin. Après tout, ces douceurs complètent parfaitement ce délicieux breuvage . Créés il y a au moins 300 ans et désormais élément incontournable de la cuisine nippone *(washoku)*, ces *wagashi* incitent les artisans locaux à poursuivre leurs expérimentations et à explorer de nouvelles voies dans leur confectionnement.

L'un de ces innovateurs, "créateur de mode de vie" s'appelle OGATA Shin'ichirô. D'abord architecte d'intérieur, il a œuvré avec succès à la conception des produits (ustensiles de cuisine et poterie, comme les beaux bols que vous trouverez sur les tables d'Alain Ducasse au Plaza Athénée à Paris) et dans le secteur de la restauration, toujours avec la même vision. *"En me fondant sur la sensibilité japonaise et ma propre philosophie, je cherche à revitaliser la culture alimentaire japonaise. Je réinterprète les ingrédients traditionnels, le traitement de la nourriture et la vaisselle comme étant une entité unique, et je redéfinis l'acte originel de "manger". Ma mission est de stimuler l'évolution des éléments de la tradition japonaise pour qu'ils restent pertinents aujourd'hui. À cet égard, la nourriture et l'alimentation ont un rôle crucial, car ils sont au cœur de la culture japonaise"*, assure-t-il.

Quand on lui demande pourquoi il a été attiré par les *wagashi*, OGATA rappelle la longue tradition du *washoku*. *"Manger est une activité quotidienne qui est essentielle à notre bien-être. Dans le même temps, la cuisine japonaise est célèbre pour l'utilisation des ingrédients de saison et le soin particulier appliqué à sa réalisation. On retrouve cela dans les pâtisseries. D'autre part, je me suis aperçu que les méthodes anciennes pour les réaliser n'étaient pas adaptées à la vie moderne et qu'il y avait donc de la place pour le changement"*, explique-t-il. Il admet qu'il s'agit là d'un véritable défi. *"Jusqu'à présent, vous aviez deux principales approches de la culture du* wagashi. *D'un côté, vous avez les élégantes boutiques disposant d'une longue histoire qui réalisent des douceurs pour les cérémonies et les événements familiaux importants et de l'autre côté, les simples boutiques de quartier qui vendent des* dango *(boulettes à base de farine de riz servies en brochette) et d'autres sucreries bon marché.*



Higashiya

Higashiya est un lieu unique pour déguster des pâtisseries japonaises originales.

Cependant, depuis quelque temps, les pâtisseries occidentales sont devenues la norme et les gens n'achètent des wagashi *que pour des occasions spéciales. Mon but était d'aller au-delà de ces deux approches et d'adapter cette tradition à notre époque."*

OGATA Shin'ichirô estime qu'il a probablement réussi dans son entreprise, car il a su faire des choses qu'un initié n'aurait jamais osé faire. *"Après tout, je ne fais pas les pâtisseries moi-même"*, lance-t-il. *"Mais ça ne fait rien. Je suis comme un architecte qui arrive avec un projet et demande aux charpentiers de construire la maison. Puisque nous parlons d'architecture et de design, je crois que, pour innover, il est indispensable de créer un nouvel environnement. Voilà pourquoi j'ai ouvert un certain nombre de restaurants, de boutiques et de "bars à thé"."*

La plus célèbre de ses créations est Higashiya, un "salon de thé moderne", dont l'intérieur est clairement influencé par un sens de l'esthétique traditionnelle, sans fioritures. Elle est située sur Chûô-dôri, l'une des grandes rues du quartier chic de Ginza, dans le même bâtiment que le géant du cosmétique Pola, Ici, vous pouvez choisir parmi 30 types de thé japonais, d'un subtil *matcha* à un thé *gyokuro* plus fort. Mais les clients sont particulièrement attirés par sa large gamme de pâtisseries. Sa sélection qu'il présente comme "les pâtisseries de tous les jours" relève d'un équilibre entre les incontournables classiques et des créations originales, toutes inspirées par des spécialités régionales. Il y a toujours quelque chose de nouveau à découvrir, comme ce thé vert aromatisé blanc-manger (entremets à base de lait et de fécule de maïs) ou ce *monaka* spécial composé de deux gaufrettes entre lesquelles on trouve une pâte de haricot rouge aromatisée avec des épices tels que la cannelle, le clou de girofle ou la cardamome.

Higashiya est, selon son concepteur, le lieu idéal pour échapper au chaos et à la clameur de la ville. *"Puisque nous sommes à Ginza, nous accueillons aussi de nombreux clients étrangers, surtout le week-end. Cela me ravit, bien que leur présence change quelque peu l'atmosphère globale du lieu. Idéalement, je souhaite que Higashiya soit un endroit plus calme."*

Même si le thé chez Higashiya est souvent éclipsé par les pâtisseries, il joue néanmoins un rôle important dans l'expérience des *wagashi*. OGATA Shin'ichirô assure qu'il dispose de tous les instruments nécessaires pour créer un nouveau style de thé. *"Les tasses pour mesurer et celles pour les mélanges sont toutes en porcelaine, on y sert de délicieux thés et de sakés, et elles embellissent la préparation"*, explique-t-il. *"Les ustensiles à thé sont choisis avec soin. La vaisselle contribue à faire le goût. Sa sensation dans la main, sur les lèvres, ou encore sa texture et son poids ont de l'importance. Comme nous utilisons nos cinq sens pour savourer ce qui est servi, ceux-ci doivent être stimulés par une vaisselle adaptée."*

Autrefois grand admirateur du design occidental, Mr Ogata est devenu un ardent défenseur de la culture japonaise. *"Quand j'étais jeune et que je ne savais pas grand chose sur le monde, j'avais une forte attirance pour le design occidental. Mais j'ai fini par m'apercevoir que les éléments culturels les plus étonnants se trouvaient en fait autour de moi, à la maison, et pas à l'étranger. Dans le passé, la culture japonaise a toujours influencé l'Occident. Aujourd'hui encore, elle est indispensable dans un monde en quête d'équilibre entre l'homme et la nature. C'est ce que je cherche sans cesse à exprimer à ma façon, à travers la nourriture, la vaisselle et l'espace"*, souligne OGATA Shin'ichirô.

J. D.

INFOS PRATIQUES

Higashiya 52F Pola Ginza Bldg. 1-7-7 Ginza, Chûô-ku, Tôkyô 104-0061 - tél. 03-3538-3230 - www.higashiya.com -
Du mardi au samedi de 11h à 22h, le dimanche de 11h à 19h.

EXPO Les arts décoratifs nippons à Riom

Pour ses 150 ans d'existence, le musée Mandet a choisi de présenter une belle exposition consacrée au design et aux arts décoratifs du Japon. Une trentaine d'artistes sont représentés parmi lesquels on retrouve NOGUCHI Isamu, les jeunes SUZUKI Hiroshi et MORI Junko ou encore le talentueux TANABE Shôchiku. Au travers des objets exposés, il s'agit de montrer au visiteur la diversité et la richesse de la production japonaise qu'elle soit

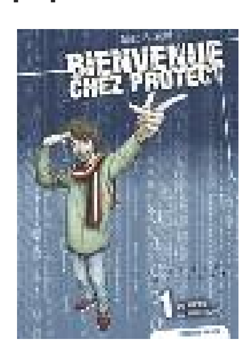


artisanale, plus industrielle ou expérimentale. L'accent mis sur le design mobilier permet de saisir l'inventivité des designers japonais qui ont souvent été limités par la faiblesse du marché local. L'évolution récente des intérieurs nippons a contribué à l'éclosion d'une nouvelle génération comme en témoignent les œuvres exposées à Riom. Une exposition à ne pas manquer d'autant qu'elle se poursuit jusqu'au 31 décembre. Vous n'avez donc aucune excuse pour ne pas la visiter.

Musée Mandet
14 rue de l'Hôtel de Ville, 63200 Riom
Tél : 04 73 38 18 53 - Du mardi au dimanche de 10h à 12h et de 14h à 17h30.

SÉRIE Révolution au pays du manga

Fidèle à sa philosophie, l'éditeur Akata propose une nouvelle série dont la

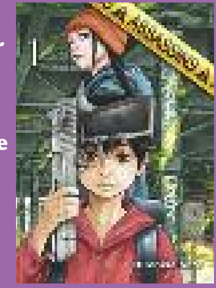


portée dépasse simplement le plaisir de la lecture. En effet, *Bienvenue chez Protect* évoque de façon concrète les conséquences de la révolution numérique. Partant de la propre expérience de l'auteur qui est sorti du système éditorial traditionnel pour promouvoir son travail, ce manga intelligent et agréable à lire explore les nouvelles pistes disponibles depuis l'avènement d'Internet et des technologies numériques. Une source d'inspiration réjouissante en ces temps moroses.

Bienvenue chez Protect, de SUZUKI Miso, trad. de SEKIGUCHI Ryoko, éd. Akata, 7,95 €

MANGA Chasse à l'homme

La rentrée est là. Pour la commencer sur un rythme haletant, plongez-vous dans la lecture d'*Assassins*, un thriller efficace dans lequel deux jeunes sont



poursuivis par la police et des individus qui ne leur veulent pas que du bien.

Assassins, de Satô Hirohisa, Trad. de Thibaud Desbief, Komikku, 8,50 €.

HUMEUR par KOGA Ritsuko

Mon tour de France bien arrosé

Je rêvais de connaître différentes régions françaises comme celles qui figuraient dans les guides touristiques. Vivant aujourd'hui à Paris où je passe presque tout mon temps, j'ignorais la majeure partie de la géographie française. Je ne savais même pas trop où se trouvent les Pyrénées, sauf sur le plan du métro parisien. Alors cet été, j'ai décidé de faire un tour de France ! Sans décider préalablement notre itinéraire, je suis partie en voiture pour trois semaines avec mon "complice" français. En avançant au feeling d'ouest en est et en passant par le sud, nous avons commencé par la vallée de la Loire, puis Cognac, le Sud-Ouest, le Languedoc-Roussillon, la vallée du Rhône, la Savoie et la Bourgogne… Que des vignobles, voyons ! Au début, le vin n'était pas le thème du voyage, d'autant plus que ce n'était pas mon alcool préféré et je n'y connaissais rien. Or en me retrouvant au milieu des vignes à perte de vue, la visite de domaines est finalement devenue une des attractions les plus sympathiques. C'était la meilleure méthode de retenir le nom des patelins et de m'intéresser à chaque région et à ses productions. Je ne regrette pas d'avoir dépensé 500 euros pour acheter des vins de producteurs indépendants plutôt que de payer une quinzaine d'euros pour voir des crocodiles dans une ferme. Je suis maintenant très fière de dire, comme les grands amateurs du vin, j'aime l'AOC Malepère de l'Aude ! J'ai aussi eu la chance de rencontrer ou de trinquer avec des vignerons de différents domaines, de goûter du vin naturel ou un grand cru. Ils m'ont ouvert les yeux pour comprendre que la très grande partie du pays est tenue par ces personnes qui cultivent cette terre tous les jours. Ils sont simples, droits et humains, le type de personnes que je n'ai plus l'habitude de rencontrer à Paris. Pour moi, c'était les vacances les plus paisibles passées en France. Ma seule crainte dans certaines villes était de protéger mon trésor, toutes les bouteilles dans le coffre de ma voiture!



LITTÉRATURE **Les combats d'Ôe Kenzaburô**

Gallimard publie un recueil qui met en avant les textes les plus emblématiques de l'œuvre du prix Nobel japonais.



Depuis qu'il s'est lancé dans l'écriture, le prix Nobel n'a jamais cessé de nous interpeller.

DR

Malgré les années qui passent, Ôe Kenzaburô, prix Nobel de littérature 1994, ne baisse pas les bras. Il sait que son pays nécessite qu'on se mobilise pour lui afin qu'il ne sombre à nouveau. Les raisons de rester en alerte sont nombreuses. L'écrivain a toujours manifesté son engagement y compris dans des moments où il était affaibli. C'est justement ce parcours de combattant que met en valeur le recueil de textes qui paraît chez Gallimard sous le titre laconique *Œuvres*. Cette édition établie par Antonin Bechler contient plusieurs textes inédits et de nombreux documents grâce auxquels le lecteur peut prendre justement la mesure de l'implication de l'auteur dans l'histoire contemporaine du Japon. On y retrouve également plusieurs nouvelles déjà publiées, mais aussi des romans et des essais qui ont marqué sa carrière et lui ont permis de s'imposer comme une des consciences de ce pays.

Alors que nous venons de célébrer le 71e anniversaire du bombardement atomique de Hiroshima, on pourra relire dans cet imposant volume de plus de 1 300 pages, le fameux *Notes de Hiroshima* publié initialement dans l'archipel 20 ans après la tragédie. Composé de témoignages et d'observations recueillis par l'auteur lors d'une série de déplacements sur place, ce texte impose au lecteur un devoir de réflexion sans pour autant chercher à imposer une morale quelconque. C'est en quelque sorte une œuvre responsabilisante que le prix Nobel a mis à notre disposition. Après tout, il n'est pas là pour nous faire la leçon. Sa mission d'écrivain combattant consiste à souligner les tourments qui nous entourent. Lui-même à titre personnel n'en manque pas. Il s'engage donc en rapportant ce monde où la souffrance et la violence sous différentes formes sont omniprésentes.

A ce propos, *Seventeen* en constitue une des plus fortes expressions. Cette nouvelle écrite à la première personne raconte la dérive d'un adolescent de 17 ans mal dans sa peau qui va trouver un exutoire à ses frustrations dans l'ultranationalisme. Elle est accompagnée par *Seventeen, suite et fin* dans la compilation qui paraît chez Gallimard. Parue elle aussi en 1961, elle montre le passage à l'acte, en évoquant l'assassinat du leader socialiste Asanuma Inejirô par le militant d'extrême droite Yamaguchi Otoya en octobre 1960. Ce dernier finissant par se suicider en prison. La lecture de ces textes fait écho à la situation qui prévaut dans nos sociétés où une partie de la jeunesse déboussolée trouve dans la violence parfois la plus excessive un moyen d'exister. Une fois encore, Ôe Kenzaburô ne cherche pas à imposer une morale à son histoire. Il dresse un constat, lequel doit nous interpeller et nous amener à réfléchir sur l'état de notre monde.

Cet appel à la volonté de résister, il se l'est appliqué à lui-même comme le relate *Une Affaire personnelle* également présent dans ce recueil. Ce roman clé dans l'œuvre de l'écrivain porte sur sa propre expérience de père d'un enfant handicapé qui, au lieu de l'abandonner, décide de l'accepter et de partager sa vie avec lui. Une belle leçon de vie qui justifie que l'on relise une fois encore cette littérature de combat qui nous interroge sur notre propre conscience.

Odaira Namihei

RÉFÉRENCES

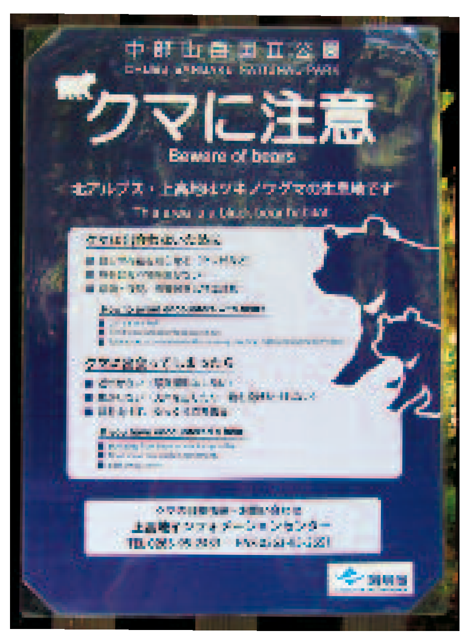
Œuvres, de Ôe Kenzaburô, coll. Quatro, Gallimard, 1312 pages, 31 €.

SUCCÈS La montagne prend son envol

A compter de 2016, le 11 août devient le Jour de la montagne. Consécration de l'attirance nippone pour les sommets.

Il n'est pas encore 8 h dans le parc national Chûbu-Sangaku, porte d'entrée des Alpes japonaises du Nord. Le ciel, entièrement dégagé, est d'un bleu immaculé et la température est douce. Nous sommes à Kamikôchi, à une heure de Matsumoto et à 1 500 mètres au-dessus du niveau de la mer. Ici, la vallée des monts Hokata offre un panorama magnifique. L'eau de la rivière Azusa qui coule en contrebas est transparente et cristalline alors que le volcan actif, Yake-dake, crache de fines volutes de fumée. Les randonneurs, sacs à dos et chaussures lacées, s'élancent équipés du petit réchaud qui leur permettra de faire bouillir de l'eau pour leurs *râmen* au poulet, lors de la pause. Un chapeau et un bâton équipé d'une clochette pour faire fuir les ours bruns, ils achèvent de compléter la tenue du parfait randonneur. Les alpinistes, quant à eux, sont déjà partis depuis plusieurs heures pour atteindre les sommets avant le milieu de journée. KATÔ Ginjirô, randonneur émérite et secrétaire du Comité national de la Journée de la Montagne, affiche une mine réjouie. *"Je suis né et je travaille ici. Pour nous, la montagne est une bénédiction. Lorsque l'on est enfant, on nous apprend à prier pour elle, pour la remercier de ses bienfaits. Avec l'école, nous faisions beaucoup d'excursions pour étudier sa faune et sa flore. Nous sommes donc sensibilisés au respect de l'environnement, à la préservation des espèces ainsi qu'aux dangers de la montagne. J'aimerais que tous les Japonais s'approprient encore davantage leurs montagnes",* explique-t-il. Qu'il fasse beau, qu'il vente ou même qu'il neige, il est toujours prêt pour partir à l'ascension d'un des pics de la préfecture de Nagano. Lorsqu'il fait beau comme aujourd'hui, et que les sommets sont clairement visibles depuis la base, il aime voir des animaux dans les *yukigata* (formes suggérées par des monceaux de neige). *"Regardez là-bas ! Un caniche"*, rit-il.

A Nagano, on accueille la création de la Journée nationale de la montagne (*yama no hi*. Ce nouveau jour férié est entré en vigueur en 2016. Il a été fixé au 11 août) avec énormément de fierté. Huit années auront été nécessaires pour que le projet aboutisse. Sur les 23 sommets supérieurs à 3000 m d'altitude dans le pays, 15 sont situés à Nagano, dont 9 à Matsumoto. C'est pour cette raison que la cérémonie d'inauguration du 16e jour férié nippon a été organisée à Kamikôchi. Cette célébration souligne



Parmi la faune, les ours suscitent quelques craintes.

Johann Fleuri pour Zoom Japon.

l'engouement particulier des Japonais pour la randonnée en montagne. En 2014, ils étaient plus de 8,4 millions à pratiquer l'alpinisme ou la randonnée. Mais elle est aussi et surtout une manière de valoriser une région rurale et agricole qui, malgré une culture locale riche, souffre du déclin de sa population comme beaucoup d'autres régions. Aujourd'hui, la préfecture de Nagano, qui enregistre la plus haute espérance de vie de l'archipel avec 80,8 ans pour les hommes et 87,1 ans pour les femmes, ne compte plus que 2,1 millions d'habitants. *"Nous souhaitons donner de l'essor à notre économie grâce au tourisme et nous sommes en capacité d'accueillir davantage de touristes,* admet KAMIJO Toshiaki, maire de Kamikôchi. *Nous espérons que cette journée mettra en lumière nos richesses."*

Aujourd'hui, après avoir connu une période de vaches maigres, la fréquentation touristique de Kamikôchi repart à la hausse, au rythme de 10 % par an. Le nombre de voyageurs étrangers, principalement originaires de Taïwan ou des Etats-Unis, a notamment fait un bond. Ils étaient près de 9 000 dans la vallée en 2015 contre 3 800 en 2013. Le tourisme de montagne pourrait donc effectivement représenter une manne économique non-négligeable pour une petite collectivité locale comme Kamikochi *"Les touristes peuvent venir se ressourcer dans ce cadre naturel somptueux",* affirme KAMIJO Toshiaki. Ce coin reculé des alpes japonaises est devenu populaire à la fin du XIXe siècle, lorsque le révérend anglais, Walter Weston, a publié un ouvrage après avoir gravi ces montagnes. Intitulé *Alpinisme et exploration des Alpes japonaises,* le livre fut un véritable succès et incita les Japonais à se lancer dans l'ascension des sommets de leur pays. L'intention de l'auteur était de les inciter à ne plus considérer la montagne comme une simple et généreuse ressource naturelle, mais de l'envisager comme un sport et un loisir.

Depuis, le flux de touristes a néanmoins généré deux soucis majeurs. Tout d'abord, la mise en péril des espaces naturels liés aux mauvaises pratiques de certains randonneurs et à la pollution



En 2014, les Japonais étaient plus de 8,4 millions à pratiquer l'alpinisme ou la randonnée en montagne.

Johann Fleuri pour Zoom Japon.

produite par les moyens de transport. *"Les habitants se plaignaient des détritus abandonnés par les touristes qui jonchaient les sentiers,* explique KAMIJO Toshiaki. *Nous avons donc pris des mesures et nous encourageons désormais les randonneurs à ramener leurs déchets chez eux. Nous leur demandons aussi de prendre soin des fleurs et de ne pas nourrir les animaux sauvages. Enfin, nous avons résorbé les embouteillages en créant une meilleure régulation. Cela permet de fluidifier le trafic et de rendre les alentours plus agréables."* Second souci, et non des moindres, la prévention face aux dangers. Certains randonneurs font parfois preuve d'une grande imprudence. *"Aujourd'hui, nous avons de plus en plus d'urgences à gérer,* regrette l'élu local. *Les randonneurs doivent bien se préparer et prendre toutes les informations nécessaires avant de se lancer sur les sentiers. Récemment, nous avons eu le cas d'un homme, un jeune Coréen, qui s'était lancé dans la montagne directement en sortant du travail, en costume, pensant qu'il pourrait acheter du matériel directement sur place, sur les chemins. Visiblement, c'est possible en Corée du Sud, mais ici, il n'y a pas de boutiques. Il faut acheter son matériel avant de venir. A mesure que l'altitude augmente, il fait plus froid. Il aurait pu avoir de sérieux problèmes... Les accidents les plus fréquents restent les chevilles foulées ou les brûlures. Mais parfois, c'est plus grave. En mai dernier, nous avons déploré le décès de cinq personnes pendant les congés de printemps."*

Chaque année, entre 100 et 200 accidents sont recensés dans la vallée de Kamikôchi. C'est un environnement sauvage. *"La montagne n'en reste pas moins un lieu hostile lorsque l'on n'est pas suffisamment préparé",* rappelle ISHIZUKA Satomi, guide professionnel pour l'association Montagne Yamatami. La région abrite notamment de nombreux ours bruns. *"J'en ai rencontré un, une fois. J'ai eu très peur. Il ne faut donc pas brûler ses poubelles car les ours peuvent être attirés par l'odeur et croire qu'ils vont trouver de la nourriture",* ajoute le guide. En 2015, les montagnes japonaises ont enregistré un record de personnes perdues en altitude : 3043 cas selon les données de la police nationale. Sur ce nombre, 335 décès ont été à déplorer, dont 62 dans la préfecture de Nagano.

Johann Fleuri pour Zoom Japon.

L'application Yamareco permet notamment de connaître en temps réel le niveau des cours d'eau pour prévenir les accidents.

En cas d'incident, le plus gros problème reste la localisation des victimes. Pour cette raison et depuis le 1er juillet 2016, il est désormais nécessaire de fournir un plan de son parcours aux autorités avant de partir à l'assaut des sommets. Toujours par souci de sécurité, des récepteurs de données électroniques vont être installés dans les refuges afin que les randonneurs puissent enregistrer leur passage et ainsi être localisables grâce à leur carte Suica, l'équivalent local de nos cartes d'abonnement dans les transports.

De son côté, MATOBA Kazumine a développé une idée, plutôt ingénieuse. Son application, baptisée Yamareco (www.yamareco.com), a été lancée en octobre 2005. Elle fédère aujourd'hui plus de 210 000 usagers à travers tout l'archipel. Créée à Matsumoto, elle couvre désormais l'ensemble du pays. *"Elle permet à tous les randonneurs de préparer leur itinéraire en amont et d'évaluer ainsi les distances, l'altitude, de repérer d'éventuelles difficultés ou les refuges"*, assure son concepteur. *"Elle favorise aussi le partage du projet avec ses proches avant même de partir. Une fois sur le chemin, grâce aux données GPS, les randonneurs peuvent indiquer leurs positions régulièrement et rassurer les familles. Cela permet également de les localiser rapidement si un problème survient."* Filet de sécurité, elle est très appréciée également pour le retour d'expérience qu'elle encourage. *"C'est un espace communautaire avant tout. Ses utilisateurs peuvent partager des informations sur les trajets, charger des photos, etc. De notre côté, nous mettons à jour toutes les actualités en temps réel, surtout sur les trajets très demandés comme ceux du mont Fuji, du mont Takao et des Alpes de Nagano. On peut être ainsi informé sur les chutes de neige, la montée du niveau de l'eau des rivières, l'effondrement d'un chemin, les fermetures de certains sentiers et bien d'autres choses."* Depuis 2013, cette application gratuite, financée par la publicité, enregistre 5 000 nouvelles inscriptions chaque mois. *"Dans nos projets à venir, nous voulons que l'application soit accessible en plusieurs langues et présenter des pratiques de randonnée et d'alpinisme d'autres pays."*

JOHANN FLEURI


Suspense, action et drame familial
dans la veine du film "Léon".
SÉRIE EN
3 TOMES
DISPONIBLE
EN LIBRAIRIE.
SSINS ⚠ ASSASSINS ⚠ ASSAS
"ASSASSINS",
Le nouveau thriller choc
des éditions komikku !
komikku
ÉDITIONS

NOUVEAUTÉ **Tôfu sur place ou à emporter**

Le café Tôfuya est un nouveau concept store dédié au tôfu et installé dans le carré japonais de la capitale.



C'est au 59 de la rue de Richelieu que la nouvelle boutique a élu domicile.

Dominique Leray pour ZOOM Japon

Sans lactose, ni cholestérol, le tôfu connaît un succès grandissant auprès de ceux cherchant des alternatives à la consommation de protéines animales. En France, il s'est démocratisé dépassant la consommation de substitution pour devenir un aliment plaisir. Un concept-store café, snack, pâtisserie, restauration et un atelier pour la fabrication de *tôfu* et de *tônyu* (jus de soja) s'est ouvert à Paris. L'année dernière, Suzu Tofu, la marque pionnier de fabrication de tôfu traditionnelle a déménagé des portes de Paris pour s'installer au Mans. C'est une des raisons à l'origine de la naissance de Tôfuya. Depuis fin mai 2016, rue de Richelieu, dès l'entrée, derrière une vitre, on aperçoit les machines qui tous les matins produisent le stock de *tôfu* et *tônyu* frais. Grâce à une poudre innovante de soja, le lieu propose quotidiennement à la vente huit variétés de *tôfu*. C'est la brique de soja de 150 g à la pistache qui rencontre le plus de succès auprès des clients occidentaux. Les Japonais de Paris préfèrent quant à eux la version nature. Un trait de sauce de soja sur quelques cubes peut faire office d'apéritif à condition qu'il ne soit pas trop fade. Fondant sur la langue, le délicat *tôfu* de Tôfuya est réalisé avec des grains de soja de haute qualité appelé *Fukuyutaka*. Conditionné sous forme de poudre, cette nouveauté permet de réaliser plus rapidement le jus de soja puis le *tôfu* grâce à un procédé et des machines brevetés d'une entreprise de la région de Mie. Cette méthode évite de se retrouver avec l'*okara,* le résidu insoluble du soja qui apparaît lors de l'étape de filtration dans la fabrication du jus de soja. L'originalité de cette poudre est sa capacité à remplacer la farine et, par transformation, le lait dans la cuisine de tous les jours. Il faut moins d'eau pour fabriquer son *tôfu* et le procédé n'altère ni le goût, ni la qualité des graines qui ont été broyées. Cette poudre permet un jus de soja à l'aspect crémeux et dont la texture est plus onctueuse et son goût plus prononcé.

Tout est fabriqué sur place. L'idée est de faire plaisir aux amateurs comme aux néophytes du soja. Le café permet de déguster en terrasse ses *tônyû* du jour, aromatisés, froids ou chauds (± 4 €). Il offre aussi une carte gourmande pour déjeuner sur place (le menu à partir de 13 €). A l'étage, jusqu'à 14h30, on peut commander une quiche au lait de soja, un steack de bœuf et *tôfu*, *gyôza tôfu*,... ainsi que des pâtisseries ; cheese cake, financier, éclair, fraisier... également réalisés exclusivement dans l'atelier. Ces derniers sont vendus à l'unité tout au long de la journée (2,5 € - 4,8 €) ainsi que des *bentô* (8, 80 €. Possibilité de déguster sur place entre 14h30 et 19h30) , les 8 variétés de *tôfu* frais (± 3 € /150g) et le *tônyu* (5,8 € / 500ml). Si l'aventure vous tente, Tôfuya vend des kits *Banrai nabe* afin de créer soi-même son tofu. Il est livré avec le *nigari* utilisé par l'atelier. Ce dernier ingrédient qui est en fait du chlorure de magnésium issu de sels marins est le coagulant qui influence son goût et complète la liste d'oligo-éléments faisant le succès de cette pâte. HAYASHI Nobutaka, le gérant de ce concept-store, est à l'écoute de sa clientèle, il propose à la rentrée du *momen tôfu,* une variante plus ferme du *tôfu* qu'il servira en friture. Le rayon pâtisserie verra les références sans gluten se multiplier. De quoi partager des moments *tôfu* !

DOMINIQUE LERAY

INFOS PRATIQUES

Tôfuya 59 rue de Richelieu 75002 Paris
Tél : 01 77 15 41 76 - www.tofuya.fr
Ouvert de 10h à 20h. Fermé le dimanche.
Restauration à l'étage de 11h30 à 14h30

LA RECETTE DE HARUYO

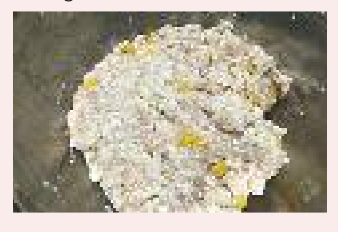
TOFU TO TORI NO TSUKUNE

(Tsukune de poulet au tofu)



PRÉPARATION

1 - Dans un bol, disposer le tofu, le poulet haché, le parmesan, les maïs, la fécule, le sel et le poivre.
2 - Mélanger avec une fourchette



3 - En faire des galettes à cuire dans une poêle préalablement huilée et chauffée.
4 - Retourner puis couvrir pendant 5-6 minutes.
5 - Ajouter la sauce.
6 - Réduire puis servir aussitôt.

Astuce : Il est préférable d'utiliser du tofu momen plus ferme et moins humide que le tofu kinu.
Vous pouvez remplacer le poulet haché par du porc, le tsukune est alors plus goûteux.
Vous pouvez ajouter selon votre goût de la ciboulette, du basilic, du gingembre, de l'ail etc.

INGRÉDIENTS (pour 4)

200 g de tofu momen
200g de poulet haché
10 g de parmesan
30 g de maïs
10 g de fécule
Sel et Poivre
Huile



Pour la sauce
30 ml de sake
30 ml de mirin
30 ml de sauce de soja

Yasuragi

Comme au Japon, il est de mise de porter le yukata pendant son séjour à Yasuragi.

ESCAPADE **Week-end nippon à Stockholm**

Zoom Japon vous propose de partir à la découverte du Japon en Europe. Première étape en Scandinavie.

S'il y a bien un pays en Europe qui ressemble au Japon, c'est bien la Suède. Non seulement les Suédois entretiennent un rapport à la nature qui rappelle celui des Japonais, mais le fameux design made in Sweden ne manque pas de rappeler celui qui est produit au Japon. Au travail des potiers japonais répond celui des maîtres verriers suédois qui, comme les artisans de l'archipel, veillent avec une approche quasi religieuse à ce que la tradition soit entretenue et perpétuée. Est-ce pour cette raison que l'on a assisté au mariage de Sony et Ericsson il y a quelques années dans le domaine de la téléphonie ou que les autorités japonaises s'intéressent de près au modèle social suédois pour trouver des



Gabriel Bernard pour Zoom Japon

idées dans la gestion du vieillissement de leur population. Lorsqu'on passe un peu de temps en Suède, les points communs avec le Japon apparaissent de façon évidente. Et c'est peut-être encore plus évident ces dernières années, depuis que la culture japonaise, comme dans d'autres contrées du vieux continent, suscite un intérêt soutenu chez les Suédois. Bien qu'à la différence de la France, du Royaume-Uni ou encore de l'Italie, les trois pays dans lesquels *Zoom Japon* dispose d'une édition locale, la Suède n'a pas connu le même engouement pour le manga ou l'anime, l'éditeur Bonnier en partenariat avec le norvégien Schibsted avaient lancé, en 2003, une version suédoise de *Shônen Jump,* le principal magazine de

prépublication. Un pari audacieux pour un marché plutôt limité au regard de la population qui s'élève à quelque 9 millions de personnes, confirme Simon Lundström, l'un des fondateurs en 1992 de Mangakai, le plus ancien réseau d'amateurs de mangas suédois. Outre cette publication, les deux partenaires ont édité deux autres magazines : *Manga mania* et *Shojo Stars*. L'aventure n'a duré que 5 ans, mais elle a participé à l'attirance des Suédois pour le Japon et sa culture.

Elle se manifeste aujourd'hui d'autres manières. L'une des plus étonnantes s'appelle Yasuragi. Situé à une vingtaine de minutes du centre de Stockholm, dans la baie de Höggarnsfjärden, cet établissement est le plus grand ryokan (auberge japonaise) en dehors du Japon. L'élégant bâtiment dessiné par l'architecte japonais KASAJIMA Yôji n'avait pourtant pas été conçu pour cela. Au royaume de la social-démocratie, il avait été commandé par LO, la principale organisation syndicale, pour en faire un centre de conférence. Mais avec la crise économique et l'affaiblissement de sa base, le syndicat a décidé de s'en séparer. Sous l'impulsion de Lena Tryggstad, inspirée par le Japon et son mode de vie, le lieu fut transformé en hôtel de style japonais en 1997 avec l'introduction de bains. Passé en 2006 dans le giron du groupe Nordic Choice Hotels, l'un des plus importants hôteliers de Scandinavie, Yasuragi a poursuivi sa mutation qui lui permet aujourd'hui de revendiquer son statut de *ryokan*. L'aménagement des chambres rappelle celles que l'on rencontre dans les meilleures auberges du pays avec leurs baignoires en bois. La culture du *yukata*, ce kimono léger en coton, que l'on enfile pour déambuler dans les lieux lorsqu'on se trouve dans l'archipel, est également bien ancrée à Yasuragi. Les clients peuvent d'ailleurs le garder et l'emporter

POUR S'Y RENDRE

Le plus simple est de prendre l'avion. Il faut compter environ 2h30 de vol. Au départ de Paris et de Nice, Air France et SAS assurent plusieurs vols par jour. La compagnie low-cost Ryanair assure un vol un jour sur deux au départ de Beauvais. Un billet coûte entre 50 € pour un low-cost et 200 € pour un vol régulier.



Gabriel Bernard pour Zoom Japon

chez eux. *"Depuis que nous avons ouvert, nous en avons écoulé près d'un million"*, confie Kersti Olophsdotter en charge de la communication. *"Il y a peu longtemps, je me suis amusée de voir un haut responsable de l'armée suédoise interviewé chez lui qui portait notre yukata"*, ajoute-t-elle.

Tout est fait pour que les clients se transportent, le temps de leur séjour, dans l'atmosphère du Japon et qu'ils en apprennent les codes. C'est notamment le cas pour le bain grâce à "une leçon" de quelques minutes au cours de laquelle on détaille l'art et la manière de se comporter dans un bain public. La seule entorse au bain à la japonaise, c'est qu'on pénètre dans le bain avec un maillot fourni par l'établissement. La nudité n'est de mise que dans le grand bain installé dans chacune des grandes salles de bain. Cela n'empêche pas de profiter pleinement des *rotenburo* (bains extérieurs) dont l'atmosphère rappelle ceux du Japon. Donnant sur des paysages extraordinaires, c'est un excellent moyen de décompresser et de voyager. On finirait par croire que l'on a fini par être téléporté de l'autre côté de la planète. Le personnel de Yasuragi fait d'ailleurs des séjours réguliers au Japon pour *"s'imprégner de la qualité du service"*, insiste Kersti Olophsdotter. Il propose de



Gabriel Bernard pour Zoom Japon

Les chambres sont équipées de baignoires en bois.



Yasuragi

On se croirait transporté dans un ryokan japonais.

nombreuses activités grâce auxquelles leurs clients se familiarisent avec la culture nippone. Côté cuisine, pas de mauvaises surprises non plus. La large variété de plats japonais proposés, parfois accommodés à la sauce suédoise, ne manquera pas de satisfaire les palais les plus délicats. L'ouverture d'un bar à saké va parfaitement compléter cette volonté d'entretenir l'harmonie de tous les sens dans cet endroit qui n'a rien à envier aux meilleurs *ryokan* de l'archipel. *"Certains viennent y passer la journée, mais la plupart du temps, nos clients sont là pour une ou deux nuits. C'est la meilleure façon de déconnecter"*, assure Kersti Olophsdotter. Lorsqu'on quitte l'établissement par le petit sentier qui mène jusqu'au petit port de Haseludden où l'on emprunte le bateau du retour, on peut faire un petit tour par le jardin "japonais" qui surplombe les eaux de la Baltique.

L'expérience japonaise à Stockholm ne se limite pas à ce magnifique *ryokan*. Elle peut se prolonger dans l'un des nombreux restaurants qui ont ouvert leurs portes dans la capitale suédoise. Comme dans d'autres villes européennes, on trouve des dizaines de sushi bars qu'il vaut mieux éviter. Leurs noms exotiques – Panda Sushi bar ou Sushi bar Yin Yin – suffisent à nous inciter à la prudence. En revanche, il ne faut pas hésiter à faire un détour par le Blue Light Yokohama. Situé à Södermalm, le coin bobo de Stockholm, ce restaurant, qui doit son nom à la célèbre chanson d'ISHIDA Ayumi, numéro un des ventes en 1968, offre une cuisine simple mais revigorante qui rappelle les meilleures tables des quartiers populaires de Tôkyô. On y trouve entre autres de délicieux *râmen* comme le *tonkotsu yuzu râmen* à 155 couronnes suédoises (16 €) servis le dimanche. Et si l'on préfère savourer cette cuisine dans l'un des nombreux parcs de la capitale, Blue Light Yokohama propose des *bentô* à 95 couronnes suédoises (10 €). Une autre adresse des plus recommandables pour garder la ligne japonaise à Stockholm se situe à Östermalm. Råkultur s'est installé dans un ancien établissement scolaire et s'est imposé comme l'une des adresses incontournables de la ville. S'il ne s'agit pas d'un restaurant 100 % japonais, il est très largement inspiré par la cuisine nippone. Dirigé par une équipe



Gabriel Bernard pour Zoom Japon



Chez Råkultur, on sert une cuisine raffinée comme ce chirashi sushi et ce crumble au matcha.

de chefs venus du Japon, de Chine, de Thaïlande et de Mongolie, l'établissement propose une carte alléchante où les plats d'inspiration japonaise sont les plus nombreux. La principale différence réside dans les ingrédients qui accordent une large place à la production locale. Le poisson, les légumes, les condiments sont scandinaves, mais leur préparation est japonaise avec parfois une touche thaïe ou chinoise. Cela donne une cuisine très raffinée qui n'est pas la plus abordable compte tenu des quantités servies. Il faut compter 175 couronnes suédoises (18,40 €) pour un *chirashi sushi* ou encore 70 couronnes suédoises (7,30 €) pour un *temaki sushi* délicieux au demeurant.

Le Japon à Stockholm est aussi présent au niveau culturel avec des expositions régulières comme celle organisée au Musée ethnographique cet été. Les grands artistes nippons comme KUSAMA Yayoi au Musée d'art moderne (jusqu'au 11 septembre) sont aussi régulièrement invités. Le Japon est même présent dans l'appartement-musée du grand écrivain August Strindberg qui, comme ses contemporains au début du XXe siècle, a manifesté un réel intérêt pour l'art japonais. Autant de lieux qui compléteront à ravir cette plongée nippone au cœur de l'une des villes les plus agréables d'Europe.

GABRIEL BERNARD

CARNET D'ADRESSES

Yasuragi
Hamndalsvägen 6, 132 39 Saltsjö-boo
Tél. 08-747 61 00 - http://yasuragi.se/en/
Pour s'y rendre, emprunter un bateau Waxholmsbolaget au départ de Strömkajen jusqu'à Hasseludden (25 mn, 6 €). Il est possible d'y aller en bus au départ de Slussen. Bus 444 jusqu'à Orminge C où l'on change pour le 417 jusqu'à Hamndalsvägen.

Blue Light Yokohama
Åsögatan 170, 116 32 Stockholm
Tél. 08 64 46 800 - www.bluelightyokohama.com
Du mardi au vendredi 11h30-14h et 17h-22h, samedi 12h-22h, dimanche 17h-21h.

Råkultur
Kungstensgatan 2, 114 25 Stockholm
Tél. 08-696 23 25 - www.rakultur.se
Du lundi au vendredi 11h30-15h30 et 17h-22h, samedi 12h-16h et 17h-22h. Fermé le dimanche.

Etnografiska Museet
Djurgårdsbrunnsvägen 34, 115 27 Stockholm
Tél. 010-456 12 99 - www.etnografiskamuseet.se
Du mardi au dimanche 11h-17h (20h mercredi).

Moderna Museet
Skeppsholmen, 111 49 Stockholm
Tél. 08-520 235 00 - www.modernamuseet.se
Du mardi au dimanche 10h-18h (20h mardi).

Strindbergsmuseet
Drottninggatan 85, 111 60 Stockholm
Tél. 08-411 53 54 - www.strindbergsmuseet.se
Du mardi au dimanche 12h-16h.

ZOOM JAPON

Zoom Japon est publié par les éditions Ilyfunet
12 rue de Nancy 75010 Paris - France
Tel: +33 (0)1 4700 1133 Fax: +33 (0)1 4700 4428
www.zoomjapon.info / courrier@zoomjapon.info
Dépôt légal : à parution ISSN : 2108-4483
Imprimé en France

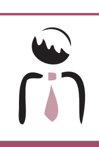
Ont participé à ce numéro:
Odaira Namihei, Gabriel Bernard, Ritsuko Koga, Eric Rechsteiner, Jérémie Souteyrat, Jean Derome, Yagishita Yûta, Johann Fleuri, Aurélie Bossière, Dominique Leray, Maeda Haruyo, Hirai Michiko, Akiyama Yûhiro, Abe Tatsuhito, Kashio Gaku, Kimié Ozawa, Takako Taniguchi, Chiho Ichikawa, Miho Masuko, Yoshié Takano, Miwa Takano, Rié Tanaka, Lucia Lundberg, Marie Varéon (maquette).

Responsable de la publicité : Yoshiyuki Takachi
Responsable de la publication : Dan Béraud





ZOOM ANNONCES



emplois

Aki Boulanger Pâtissier

AKI, la boulangerie franco-japonaise de la rue Sainte Anne, propose depuis 2009 de la boulangerie traditionnelle française mais aussi de nombreuses pâtisseries japonaises ainsi que des bento.

Dans le cadre de son développement et l'ouverture d'une deuxième boutique **AKI boulanger** recrute :

- **un manager**
- **des patissiers/boulangers**
- **des cuisiniers**
- **des vendeurs/vendeuses**
- **des serveurs/serveuses**

Vous êtes dynamique et vous souhaitez rejoindre une entreprise en développement, envoyer CV et lettre de motivation à placemonge1@gmail.com

TORAYA

Pâtisserie Japonaise Traditionnelle, Salon de Thé

TORAYA est un salon de thé et une pâtisserie japonaise traditionnelle, situé au coeur de Paris depuis 36 ans. Fondé à l'origine à Kyôto au 16ème siècle, Toraya perpetue la tradition des wagashi encore de nos jours.Nous recherchons une personne dynamique, souriante et accueillante, pour assurer le service, l'accueil des clients et la vente à emporter. Une expérience en hôtellerie et restaurant de luxe est appréciée.

Une bonne maitrise de l'anglais et du japonais, ainsi qu'un intérêt pour la culture japonaise traditionnelle sont indispensables pour ce poste.

Horaires entre 10h à 19h30 (selon le planning), 35h/semaine.

Fermeture le dimanche.

Contact : f-toraya@toraya-group.co.jp

https://www.toraya-group.co.jp/toraya-paris/

événements

● **Venez manger des UDON à OUDON** lors des journées franco-japonaises d'Oudon les 10 & 11 sept. Entrée gratuite. Bol de Udon 8€. Visite du château + croisière + bol de Udon 23€. Château d'Oudon 11 rue du Pont Levis 44521 Oudon

● **Discover Japan**
14/09/16 13h-20: Démonstration de fabrication : Massanovaart.
24/09/16 à 15h: démonstration d'un artisan laqueur.
du 17/09 au 30/09/16 exposition AKITA
12 rue Ste Anne 75001 Paris
Tel 01 42 60 66 52

● **maison Wa**
09/09/16 18h-21h soirée cocktail par la préfecture de Saga.
à partir du 01/09/16 espace Densan. Vernissage le 18/09/16 de 19h-21h. Réservation obligatoire.
8 bis rue Villedo 75001 Paris
Tel 01 40 26 66 70

● **Cool AKITA in Paris du 22 au 24 septembre de 11h à 19h.**
Vente et dégustation de produits d'Akita (produits régionaux, saké). Exposition d'artisanat local. Restauration possible entre 12h30 et 16h30. Entrée libre
Espace Cinko 12 passage Choiseul 75002 Paris

● **Manga Dax**
17 et 18 sept. 10h-19h
Jai Alai bd des sports 40100 Dax
www.mangadax.com

● **Mangalaxy Festival**
24 et 25 sept à Valence
Parc des expositions de Valence
www.festivalmangalaxy.fr

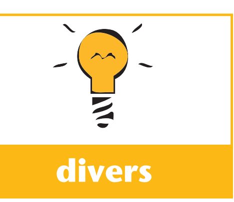


cours

● **Cours de chant par japonaise** près de BFM, J-pop avec explication des textes.
akikovoice.jimdo.com

ÉCOLE IMOTO SEITAI FRANCE, art de vivre et d'ajustement corporel. Pour tous : CURSUS DE FORMATION, SÉMINAIRE les 26 et 27 novembre 2016,... Retrouvez toutes les informations sur www.imoto-seitai.fr

● **Ateliers DESSIN-MANGA** Réalise ton propre manga ! Cours trimestriels et stages intensifs pendant les vacances scolaires. Attention places limitées. Informations et inscription sur www.espacejapon.com



divers

● **Shiatsu : Etsuko ADACHI** Diplômée de Shiatsu (EST et agréée FFST) Paris sur rendez vous ou à domicile
Tel : 0614379144
etsukoa4826@gmail.com

● **La Pharmacie du RER** située dans la gare de La Défense vous accueille du lundi au vendredi 7h-21h et le samedi 8h30-21h. Mardi, jeudi, samedi -25% sur le 2ème produit identique.
日本語でも対応致します。

Japan Rail Pass
Vente de JR pass par internet
www.jr-pass.fr

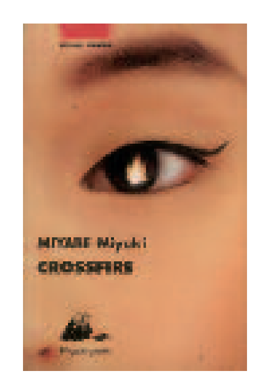
Tarifs des annonces (pour 100 carac.)	
Emploi	50€ttc
Evénement	45€ttc
Cours	40€ttc
Amitié	40€ttc
Logement	35€ttc
Divers	30€ttc

Options	
20 car. suppl.	5€ttc
option web (publication immédiate sur le web + 5 img.)	20€ttc
cadre	50€ttc
gras	50€ttc
img. papier	100€ttc

ZOOM JAPON

Club ZOOM Cadeau du mois

Ce mois-ci, le Club ZOOM vous propose de gagner le livre **CROSSFIRE de MIYABE Miyuki.** (Editions Piquier)



Pour participer au tirage au sort, veuillez répondre à la question :
Quel est votre magazine français préféré (sauf Zoom Japon) ?
et envoyer votre réponse à
club@zoomjapon.info
en indiquant votre numéro d'abonné.
Tous les nouveaux abonnés peuvent participer.
Jusqu'au 30 septembre 2016.

NHK WORLD TV sélection septembre

At Home with Venetia in Kyoto
Summer 2016

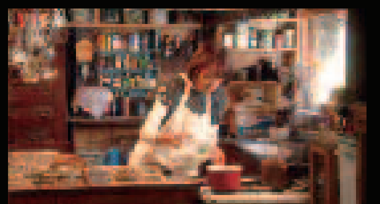
Savourez les plaisirs de l'été au Japon avec Venetia Stanley-Smith.

samedi 24 septembre
à 12h10 / 19h10

Photo: Tadashi Kajiyama

Ne manquez pas la rediffusion de l'épisode printemps!

dimanche 18 sept.
à 13h10 / 19h10





nhk.jp/nhkworld

Disponible sur les canaux suivants:



canal 473



canal 182



canal 680



canal 270 (ADSL)
canal 450 (Fibre)



canal 731/732

Aussi disponible en streaming et via notre application gratuite.
nhk.jp/nhkworld

